Informe sobre la Vigilancia Tecnológica

Aprendices:

Daniel Felipe Bata

Sergio Andres Leguizamo  
 Andres Felipe Trespalacios

Instructor:   
Jhon Corredor

SENA

ficha: 2900177  
Neiva-Huila

### **Introducción**

Este informe analiza diversas plataformas web que permiten a los campesinos vender sus productos directamente, enfocándose en su funcionalidad, accesibilidad y beneficios. Se busca identificar si estas páginas brindan un espacio adecuado para los productores rurales y si facilitan la conexión con los consumidores.

**Metodología**

Se realizó un análisis de plataformas digitales enfocadas en la venta de productos agropecuarios. Para cada plataforma, se evaluaron aspectos clave como facilidad de uso, visibilidad para los productores, conexión con consumidores, transparencia en la información del producto y costos asociados.

Las plataformas analizadas fueron:

1. Portal Tecno Agrícola
2. Compro Café Colombia
3. Agroboca
4. Becampo

**Análisis de Plataformas**

### **Portal Tecno Agrícola**

* **Ventajas:**
  + Facilita la conexión entre productores y consumidores.
  + Organiza la información de manera accesible.
  + Enfocado exclusivamente en el sector agropecuario.
* **Desventajas:**
  + Puede estar limitado a ciertas regiones.
  + No cuenta con un sistema de contacto directo.
  + Dependencia total de la conectividad a Internet.

### **Compro Café Colombia**

* **Ventajas:**
  + Promueve el comercio justo para caficultores.
  + Brinda información sobre el origen del café.
  + Plataforma amigable para compradores.
* **Desventajas:**
  + Competencia con marketplaces grandes como Amazon.
  + Posibles costos de envío elevados.
  + No ofrece opciones de personalización para los compradores.

### **AgroBoca**

* **Ventajas:**
  + Transparencia en la trazabilidad del producto.
  + Contacto directo entre productores y consumidores.
  + Registro gratuito para productores.
* **Desventajas:**
  + Posibles dificultades logísticas en los envíos.
  + Dependencia de Internet para su funcionamiento.
  + Variabilidad en la calidad de los productos según el productor.

### **Becampo**

* **Ventajas:**
  + Promueve el comercio justo y sostenible.
  + Opciones de pago variadas.
  + Información detallada de los productos.
* **Desventajas:**
  + Falta de una aplicación móvil.
  + Cobertura limitada en algunas regiones.
  + Competencia con supermercados grandes.

**Comparación y Relación con la Problemática Local**

A pesar de que estas plataformas ofrecen soluciones para la comercialización de productos agropecuarios, ninguna de ellas resuelve por completo la problemática de los agricultores en Teruel, Huila. En particular, se identificaron las siguientes debilidades en relación con las necesidades locales:

* **Falta de acceso directo para los campesinos**: La mayoría de las plataformas priorizan a empresas o productores con cierto nivel de organización, lo que puede excluir a pequeños caficultores.
* **Escasa información sobre los productores**: Aunque algunas plataformas detallan el origen de los productos, pocas brindan información sobre los campesinos que los cultivan.
* **Costos y barreras de entrada**: Algunas plataformas requieren pagos por registro o publicidad, lo que puede ser una limitación para pequeños productores.
* **Problemas logísticos**: La comercialización directa sigue siendo un reto debido a la falta de integración con sistemas de envío eficientes.

Por lo tanto, se requiere una plataforma digital enfocada específicamente en los productores del Huila, con herramientas de trazabilidad, contacto directo con consumidores y apoyo logístico adecuado.

**Conclusiones y Recomendaciones**

La vigilancia tecnológica permitió identificar diversas plataformas con potencial para la comercialización de productos agropecuarios. Sin embargo, la mayoría de estas soluciones presentan limitaciones en cuanto a la inclusión de pequeños caficultores, la transparencia sobre el origen del producto y la accesibilidad para productores de zonas rurales.

Para abordar estas limitaciones, se recomienda:

1. **Desarrollar una plataforma específica para los productores del Huila**, que incluya perfiles personalizados, información sobre las fincas y contacto directo con los consumidores.
2. **Incorporar herramientas de trazabilidad y certificación** para garantizar la autenticidad del producto y destacar la identidad de los caficultores.
3. **Facilitar un sistema de logística eficiente**, asegurando entregas rápidas y a costos accesibles.
4. **Fomentar el acceso digital** a través de capacitaciones para los productores en el uso de tecnología y comercio electrónico.

Estas acciones contribuirán a fortalecer el comercio justo, mejorar la competitividad de los productores agropecuarios y promover el desarrollo económico de la región del Huila.